

**ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
(PERSPEKTIF KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA
(KUHPERDATA) DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11
TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK)**

NASKAH PUBLIKASI



**Untuk memenuhi sebagai persyaratan guna
Mencapai Derajat Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :
GALIH YOGI MEGANDARI
NIM : C100110058**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

**ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
(PERSPEKTIF KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA
(KUHPERDATA) DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11
TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK)**

Oleh :

GALIH YOGI MEGANDARI

C.100.110.058

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



(Shallman Al Farizy, S.H.,M.Kn)

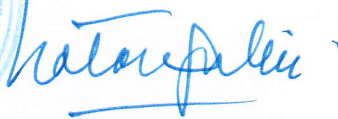
Pembimbing II



(Darsono, S.H.,M.H)

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Natangsa Surbakti, S.H.,M.Hum)

**ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
(PERSPEKTIF KUHPERDATA DAN UU NO 11 TAHUN 2008 TENTANG
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK)**

GALIH YOGI MEGANDARI

C.100.110.058

Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta

2015

ABSTRAK

Penelitian hukum ini mengkaji dan menjawab permasalahan mengenai implementasi asas kepercayaan dalam jual beli online melalui media elektronik selain itu juga mengenai keabsahan jual beli melalui media elektronik dalam perspektif KUHPERdata dan UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Penelitian ini dalam pelaksanaan transaksi jual beli online melalui elektronik yang dilakukan oleh peneliti tidak dapat dilakukan oleh setiap orang. Terdapat penerapan asas kepercayaan dalam pelaksanaan transaksi jual beli online melalui elektronik yang dilakukan oleh penjual (*merchant*) dan pembeli atau konsumen. Sedangkan keabsahan data transaksi merupakan data transaksi itu oleh penerima diyakini dibuat oleh pihak yang mengaku membuatnya.

Kata Kunci: Kepercayaan , Transaksi, Online

ABSTRACT

It examines the legal research and answer the problems concerning the implementation of the principle of trust in online trading through electronic media but it is also about the validity of the sale and purchase through electronic media in the perspective of the Civil Code and Law No. 11 Year 2008 on Information and Electronic Transactions. This research in the implementation of online transaction via electronic conducted by researchers can not be done by everyone. There is the application of the principle of trust in online transactions through electronic purchase conducted by the seller (merchant) and the buyer or consumer. While the validity of the transaction data is transaction data that the recipient is believed to be made by those who claim to make.

Keywords: Trust, Transaction, Online

PENDAHULUAN

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya sebuah dunia baru yang lazim disebut dunia maya. Dalam dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital seperti halnya yaitu dalam jual beli secara *online*. Transaksi elektronik dalam dunia bisnis terdapat berbagai macam bentuknya diantaranya adalah *Elektronik Commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce*. *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*.¹

Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya.² Perjanjian jual beli online dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan secara langsung antara kedua belah pihak, perjanjian tersebut diantara pihak dilajukan secara elektronik.

Jual beli merupakan suatu perjanjian, karena lahirnya jual beli harus didahului oleh adanya perjanjian. Jual beli merupakan perjanjian timbal balik dimana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu benda sedangkan pembeli berjanji untuk membayar harganya yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.³ E-Commerce menimbulkan perikatan antara pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi

¹ <http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc>, Diakses tanggal 9 September 2014, pukul 17.15 WIB

² Ricardus Eko Indrajit, 2001, *E-commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo

³ Djoko Prakoso dan Bambang Riyadi Liany, 1987, *Dasar Hukum Persetujuan Tertentu Di Indonesia*, Jakarta: Bina Aksara, Hal 1.

dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak yang terlibat. Asas kepercayaan di dalam kedua belah pihak timbul dengan sendirinya dengan menguntungkan satu sama lain dan tidak merugikan satu sama lain. Asas kepercayaan ini sangatlah penting bagi masing-masing kedua belah pihak dalam melakukan transaksi jual beli melalui media elektronik karena sangat menunjang didalam proses tersebut agar tercipta prestasi.

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah *pertama*, bagaimana implementasi asas kepercayaan dalam jual beli melalui media elektronik, *kedua*, bagaimana keabsahan jual beli melalui media elektronik dalam perspektif UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ?

Tujuan penelitian ini adalah untuk *pertama*, mengetahui secara jelas bagaimana proses transaksi jual beli online melalui media elektronik; *kedua*, mengetahui secara jelas pihak-pihak yang terkait dengan transaksi jual beli di dalam masyarakat yang melakukan transaksi jual beli online.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian normatif atau penelitian kepustakaan. Penelitian Normatif atau Kepustakaan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Dilihat dari bentuknya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Adapun penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksud untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.⁴ Penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian normatif ini adalah keabsahan peraturan

⁴ Soerjono Soekanto, 2006. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta : Universitas Indonesia Press, Hal 5-6

hukum yang membandingkan antara KUHPdata dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik agar dapat diterapkan pada peristiwa hukum positif itu berlaku.⁵

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Asas Kepercayaan Dalam Jual Beli Melalui Media Elektronik

Asas Kepercayaan diantaranya adalah seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain yang menumbuhkan kepercayaan diantara kedua belah pihak bahwa pihak satu sama lain akan memegang janjinya dalam jual beli *online*, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu, maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak. Tanpa adanya kepercayaan, maka para pihak akan merasa tidak nyaman dalam melakukan perjanjian jual beli, timbul keraguan-keraguan tersebut akan mengganggu prestasi para pihak. Adanya kepercayaan antara para pihak, maka dengan sendirinya para pihak saling mengikatkan dirinya dalam suatu perbuatan hukum. Pengikatan para pihak yang didasari kepercayaan dalam perjanjian mendukung para pihak dalam melakukan prestasi, karena perjanjian tersebut mempunyai kekuatan yang mengikat dan dapat dijadikan sebagai undang-undang. Memberikan kepercayaan kepada *customer*, pihak *merchant* menegaskan bahwa ia memberikan garansi atau jaminan layanan sehingga dengan demikian diharapkan dapat memberikan perjanjian kepercayaan kepada *customer* terhadap apa yang telah disepakati.

⁵Johny Ibrahim, 2006, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Jawa Timur : Banyumedia, Hal 219

Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli menumbuhkan kepercayaan konsumen akan *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci melakukan kegiatan jual beli secara *online* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah dan selanjutnya kualitas informasi (*information quality*), kualitas informasi di definisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang di sediakan oleh sebuah *website*. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli *online*, maka akan semakin tinggi minat pembeli *online* untuk membeli produk tersebut.

Hal utama yang dipertimbangkan seorang pembeli ketika melakukan kegiatan belanja secara *online* adalah apakah mereka percaya terhadap *website* yang menyediakan fasilitas layanan *online shop* dan percaya pada penjual *online* yang ada di dalam di situs *web* tersebut beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor penting dalam membangun komitmen antara perusahaan dan pelanggan. Semakin populer *website online shopping* tersebut maka tingkat kepercayaan pembeli kepada *website online shopping* tersebut semakin tinggi. Pembelipun akan semakin yakin dan percaya terhadap reabilitas *website*, bahwa *website* tersebut nyata keberadaannya dan benar-benar ada. Salah satu dasarnya terdapat dalam Pasal 9 UU ITE bahwa: “*Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan*”

Kepercayaan dalam hubungan kerjasama mempunyai pengertian sebagai keyakinan perusahaan, bahwa pihak *partner* akan melakukan tindakan yang membawa perusahaan pada suatu keuntungan tertentu, dan sebaliknya bukan malah melakukan perbuatan yang merugikan perusahaan. Adanya ketentuan tersebut, maka dapat membangun kepercayaan bagi konsumen karena pelaku usaha diharuskan menyediakan informasi yang lengkap dan benar terhadap produk yang ditawarkan. Profil penjual yang dapat dipercaya untuk itu sebelum membeli seorang pembeli harus mengecek terlebih dahulu keberadaan penjual *online*. Di dalam situs *online shopping* biasanya situs akan menampilkan informasi tentang para penjual yang lapaknya sering diakses oleh pengunjung. Di situlah pembeli dapat memanfaatkan layanan dan informasi ini ketika akan membeli secara *online* agar mengetahui status dari penjual. Pihak penjual harus menganut kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*) supaya dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para pembelinya.

Dengan pencantuman alamat biasanya *website e-commerce* mencantumkan alamatnya di *website* mereka dengan tujuan untuk memberitahu kepada calon konsumen mereka bahwa mereka betul-betul ada, sehingga konsumen merasa aman untuk berbelanja di *website* tersebut. Selain itu, dengan dicantumkannya alamat penjual maka pembeli mengetahui kemana harus mengajukan ganti rugi apabila terjadi kerusakan terhadap barang yang dibeli atau apabila barang tidak sampai ke tangan konsumen. Adapun agar tercapai prestasi di antara para pihak maka pelaksanaan jual beli yang berawal dari penawaran oleh si penjual kemudian penerimaan terhadap konsumen atas produk yang ditawarkan si pembeli

melaksanakan pembayaran yang telah disepakati sebelumnya dengan melalui sebuah Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) setelah pembayaran diterima dan pembeli mengirimkan bukti pembayaran maka penjual baru bisa mengirimkan barang yang sudah diperjanjikan sebelumnya.

Keabsahan Jual Beli Melalui Media Elektronik Dalam Perspektif KUH Perdata dan UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Mengacu pada Pasal 19 dan 20 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa: *“para pihak yang melakukan Transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati”*

Hal tersebut dijelaskan dalam penjelasan Pasal 19 UU ITE bahwa yang dimaksud dengan “disepakati” dalam pasal ini juga mencakup disepakatinya prosedur yang terdapat dalam sistem elektronik yang bersangkutan. Sedangkan dalam Pasal 20 UU ITE dijelaskan :

- (1) *“kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima”*
- (2) *“persetujuan atas penawaran transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerima secara elektronik”*

Dalam penjelasan Pasal 20 UU ITE bahwa transaksi elektronik terjadi pada saat kesepakatan antara para pihak yang dapat berupa antara lain dengan pengecekan data, identitas, nomor identifikasi pribadi (*personal identification number*/PIN). Dalam *e-commerce*, apabila suatu *website* menerima *feed back* yang buruk/negatif dari pelanggannya maka dapat dipastikan bahwa *website* tersebut akan sepi oleh pembeli. Dalam UU ITE menggunakan istilah “*Lembaga Sertifikasi Keandalan*”, dimana dalam Pasal 1 Angka 11 diartikan sebagai

Lembaga Independent yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan dan diawasi oleh pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam *e-commerce*. Kerahasiaan (*confidentiality*) atau data transaksi harus dapat disampaikan secara rahasia, sehingga tidak dapat dibaca oleh pihak-pihak yang tidak diinginkan. Keutuhan (*integrity*) hal tersebut sangat menunjang keabsahan website yang digunakan oleh si penjual dalam memasarkan produknya kemudian dijelaskan pula data setiap transaksi tidak boleh berubah saat disampaikan melalui suatu saluran komunikasi. Keabsahan atau keotentikan (*authenticity*), meliputi:⁶ *Pertama*, keabsahan pihak-pihak yang melakukan transaksi yaitu bahwa sang konsumen adalah seorang pelanggan yang sah pada suatu perusahaan penyelenggara sistem pembayaran tertentu (misalnya kartu kredit *Visa* dan *Mastercard*), atau kartu kredit seperti *Kualiva* dan *Stand Card* dan keabsahan keberadaan pedagang itu sendiri.

Kedua, keabsahan data transaksi yaitu mengenai data transaksi itu oleh penerima diyakini dibuat oleh pihak yang mengaku membuatnya dan biasanya sang pembuat data tersebut membutuhkan tanda tangannya. Hal ini termasuk pula jaminan bahwa tanda tangan dalam dokumen tersebut tidak bisa dipalsukan atau diubah. Sehingga dapat dijadikan bukti/tak dapat disangkal (*non-repudation*) catatan mengenai transaksi yang telah dilakukan dapat dijadikan barang bukti di suatu saat jika ada perselisihan.

⁶ Rieyke Ustadiyanto, 2002, *Framework E-commerce*, Yogyakarta: ANDI, Hal 86

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang asas kepercayaan dalam transaksi jual beli online diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Pertama, menurut UU No. 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi elektronik bahwa suatu transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) dianggap sah apabila menggunakan sistem elektronik sesuai peraturanperundangan yang berlaku dan informasi elektronik tersebut dalam bentuk tertulis atau asli dimana informasi yang tercantum didalamnya dapatdijamin keutuhannya, dipertanggungjawabkan, diakses, ditampilkan, sehingga menerangkan suatu keadaan. Sistem tersebut juga menggunakansistem elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

Kedua, terdapat penerapan asas-asas hukum dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui elektronik yang dilakukan oleh penjual (*merchant*) dan pembeli atau konsumen. Asas-asas yang diterapkan dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui elektronik adalah asas beritikad baik, asas kepercayaan, asas kepribadian, asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas kekuatan mengikat, dan asas kepastian hukum.

Ketiga, Keabsahan pihak-pihak yang melakukan transaksi bahwa sang konsumen adalah seorang pelanggan yang sah pada suatu perusahaan penyelenggara sistem pembayaran tertentu atau kartu kredit seperti Kualiva dan Stand Card dan keabsahan keberadaan pedagang itu sendiri. Sedangkan keabsahan data transaksi merupakan data transaksi itu oleh penerima diyakini dibuat oleh

pihak yang mengaku membuatnya (biasanya sang pembuat data tersebut membutuhkan tanda tangannya). Hal ini termasuk pula jaminan bahwa tanda tangan dalam dokumen tersebut tidak bisa dipalsukan atau diubah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, berikut saran yang dapat dikemukakan.

Pertama, bagi penjual (*merchant*) perlu meningkatkan keamanan webstore yang dimiliki termasuk juga keamanan terhadap jaringan internet yang digunakan sebagai antisipasi terhadap meningkatnya transaksi *e-commerce* serta terhadap ancaman kejahatan yang mengancam *e-commerce* itu sendiri.

Kedua, bagi para pelaku pembelanja melalui internet (*online*) perlu dipertimbangkan adanya resiko yang didapatkan ketika melakukan pembelanjaan melalui internet yaitu dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk, penjual, dan cara bertransaksinya serta memperhatikan keamanan web browser yang digunakan termasuk perlindungan keamanan data-data dalam transaksi, misalnya nomor pin Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM), nomor kartu kredit, print out dan sebagainya yang kelak dapat dijadikan alat bukti.

Ketiga, bagi pemerintah perlu segera membuat peraturan pelaksana untuk melengkapi ketentuan hukum dalam UU ITE, karena masih terdapat hal-hal yang tidak diatur dalam UU ITE, sehingga perlu dimasukkan kedalam peraturan pelaksana dan mencantumkan kewajiban bagi website *e-commerce* yang mengumpulkan data pribadi konsumen untuk mencantumkan kebijakan privasinya, agar data-data pribadi konsumen tetap terjaga kerahasiaannya dan

perlu dilakukannya sosialisasi UU ITE agar masyarakat mengetahui bahwa saat ini telah ada undang-undang khusus yang mengatur mengenai penggunaan informasi dan transaksi yang dilakukan secara elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrajid, Ricardus Eko, 2001, *E-commerce Kiat dan Strateg di Dunia Maya*, Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
- Prakoso, Djoko dan Bambang Riyadi Liany, 1987,*Dasar Hukum Persetujuan Tertentu Di Indonesia*, Jakarta: Bina Aksara.
- Soekanto, Soerjono, 2006,*Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta : Universitas Indonesia Press (UI-Press).
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 2006. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ibrahim, Johny, 2006, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Jawa Timur : Banyumedia
- Ustadiyanto, Riyeke,2002, *Framework E-commerce*, Yogyakarta: ANDI
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- (<http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc>) Diakses tanggal 9 September 2014, pukul 17.15 WIB